

Pollmanns, Marion

## Kluges Lernprozesse live. Zur möglichen Nutzung des Fernsehens als Medium

*Pädagogische Korrespondenz* (2000) 26, S. 49-72



Quellenangabe/ Reference:

Pollmanns, Marion: Kluges Lernprozesse live. Zur möglichen Nutzung des Fernsehens als Medium - In: *Pädagogische Korrespondenz* (2000) 26, S. 49-72 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-77550 - DOI: 10.25656/01:7755

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-77550>

<https://doi.org/10.25656/01:7755>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<https://pk.budrich-journals.de>

### Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, veröffentlichen oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.  
This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### Kontakt / Contact:

peDOCS  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Digitalisiert

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

## **Essay**

**5** *Peter Euler*

Veraltet die Bildung?

Oder: Kritische Bildungstheorie im vermeintlich »nachkritischen« Zeitalter!

**28** **Kältestudie I**

*Andreas Gruschka*

Es ist eben, wie es ist

*Über die fraglose Übernahme der Strukturen, die Kälte verursachen*

**39** **Kältestudie II**

*Martin Heinrich/Markus Uecker*

Vom richtigen Leben im falschen

»Idealisierung falscher Praxis« als Reaktion auf bürgerliche Kälte

**49** **Didaktikum I**

*Marion Pollmanns*

Kluges Lernprozesse live

Zur möglichen Nutzung des Fernsehens als Medium

**73** **Aus den Medien**

*Wolfgang Denecke*

Adorno und der Äther

Zu Adornos Sprachkälte

**80** **Didaktikum II**

*Helmut Stövesand*

Schulentwicklung nach Klippert

Über den Anspruch, mittels Dressur Selbständigkeit zu fördern

## **Dokumentation I**

**95** *Erarbeitung einer gemeinsamen Vision*

## **Vermischtes**

**96** *Karl-Heinz Dammer*

Die Bildungsreform als Runninggag

## **Dokumentation II**

**105** *Bildungsrekordler*

*Marion Pollmanns*

## Kluges Lernprozesse live

### *Zur möglichen Nutzung des Fernsehens als Medium*

Nach den Thesen M. Horkheimers und Th. W. Adornos zur »Kulturindustrie« gilt auch für das Fernsehen, dass dort »Aufklärung [...] zum Massenbetrug, zum Mittel der Fesselung des Bewußtseins«<sup>1</sup> wird. Es dürfte heute an offenkundigen Beispielen sowohl für den Betrug als auch für die Fesselung nicht fehlen. Zu erklären wäre, wieso die Betroffenen am Betrug Lust zeigen und die Gefesselten das lieben, womit sie sich zwanghaft identifizieren. Das Fernsehen, so mag es scheinen, eignet sich nur noch als Gegenstand einer pathologischen Analyse.

Richtet man, wie bspw. Alexander Kluge, den Blick statt auf den inhaltlichen Blöd- und Irrsinn einzelner Sendungen auf die Struktur der Fernsehkommunikation, wird hingegen das Medium selbst wieder interessant. Denn es lassen sich dort die Merkmale identifizieren, die den anti-aufklärerischen Charakter des Fernsehens verursachen und die zugleich weitgehend unbeachtet geblieben sind. Es handelt sich um Formen der Kommunikation, die die durch das Medium bedingten Beschränkungen der Kommunikation überspielen und gerade damit eine beschränkte Beziehung der Zuschauenden zum Medium und seiner Botschaft anlegen. Mit dem Wissen um diese Merkmale will Alexander Kluge Sendeformen konzipieren, die diese Fehler nicht aufweisen, und so mit dem Medium Fernsehen eine kritische, aufklärerische Praxis betreiben. Es handelt sich dabei um »Kulturmagazine« – jedoch in einem anderen, umfassenderen Sinn, als dieser Begriff üblicherweise verwendet wird.

Auch wenn die folgende Analyse belegen wird, dass Fernsehsendungen, wie sie Kluge produziert, ein bildender Wert zugesprochen werden kann, ist damit eine aufklärerische Rezeption, d.h. ein Lernprozess der Fernsehenden keineswegs garantiert. Die Erfahrung mit der »Kulturindustrie« zeigt ja nicht zuletzt, dass auch das Ausbrechen aus dem Schema als Markenzeichen rezipiert werden kann, das eine (bildungsbürgerliche) Kundschaft blindmachend bindet und andere (bildungsferne) blindbleibend ausschließt. Trotz der Unsicherheit hinsichtlich der möglichen Wirkung des Gesendeten scheint es nicht überflüssig zu fragen, ob ein Produkt wie das Kluges das Schema der Kulturindustrie bloß reproduziert oder mit möglichen Folgen aufsprengt.

Hierfür wird eines der Kulturmagazine Alexander Kluges auf seinen möglichen bildenden Wert hin untersucht (III). Zuvor soll zunächst seine Kritik am Fernsehen und damit Motiv wie Selbstanspruch verdeutlicht werden (I), um dann aufzuzeigen, wie das Konzept seiner Gesprächsmagazine sich gegen die kritisierten Prinzipien der Fernsehkommunikation abgrenzt (II).

## I

ZUM »WIDERSPRUCH ZWISCHEN RUNDFUNK UND MENSCHENGEIST«<sup>2</sup>

»Der wesentliche Unterschied zwischen einem Fernsehprogramm und unmittelbarem Austausch zwischen Menschen beruht«, so Kluge, »nicht auf technischen Gründen, sondern auf dem Prinzip des Programmschemas.«<sup>3</sup> Die Programmform des Fernsehens entspricht also dem einseitigen Einsatz des Mediums, der die Nutzer auf Zuschauen festlegt. »Vergleicht man das Programmfernsehen mit der Grundform des Telefonierens, so kann hier der ›Teilnehmer‹ sich an der Fernsehkommunikation nur dadurch beteiligen, daß er nicht selbst redet und indem er zwischen abschließend produzierten Sprüchen in Länge von 30 Minuten bis anderthalb Stunden wählt. Das ist als Einlösung des Versprechens auf Selbstbestimmung und Wechselseitigkeit der Kommunikation hinreichend absurd.«<sup>4</sup> Da mit dem Programmprinzip die Reziprozität entfalle, breche Fernsehen mit dem Konzept der bürgerlichen Öffentlichkeit und der Idee, alle Mitglieder einer Gesellschaft könnten an einem Diskurs über die vernünftige Einrichtung der Verhältnisse teilhaben. Von diesem politischen Aspekt sei die Bildung der Individuen nicht zu trennen: Mit dem öffentlichen Status der Diskussion werde der Ausschluss von Wissen – sowohl im Sinne der Ausgrenzung bestimmter Personen(-Gruppen) als auch im Sinne der Nichtthematisierung bestimmter Inhalte – problematisch. Zumindest gemessen an der »Utopie [...], daß es für den einen oder anderen und möglicherweise auch für alle, entgegen aller Wahrscheinlichkeit, erlangbar sei, etwas zu wissen, allseitig zu empfinden usw.«<sup>5</sup>

Das Kommunikationsschema des Fernsehens grenze also die Zuschauenden letztlich aus der Kommunikation und damit aus der Öffentlichkeit aus, produziere stattdessen den »Schein der Unmittelbarkeit«,<sup>6</sup> also den, das Publikum teilhaben zu lassen. Der Bildschirm präsentiere ein sinnliches Produkt, dem seine Herstellungsbedingungen nicht mehr anzusehen seien. Weil der Produktionsprozess für die Zuschauenden unsichtbar bleibe, könnten sie die Stimmigkeit des Gesendeten nicht mehr prüfen, es werde ihnen unmöglich, Anknüpfungspunkte für einen Vergleich mit den eigenen Erfahrungen zu finden.

Abstrahierend sei der Zugriff der Fernsehkommunikation auf Inhalte<sup>7</sup> etwa, weil die potenzielle Grenzenlosigkeit möglicher Themen, die Stofffülle, durch Aufteilung in Programmbereiche zu bewältigen versucht werde. Diese beschäftigten sich mit je spezifischen Ausschnitten aus der Wirklichkeit, ohne die Kriterien der Auswahl zu reflektieren. Die Fernsehprodukte blieben daher hinter der Komplexität der Wirklichkeit notwendig zurück, da sie die existierenden Zusammenhänge ausblenden müssten.<sup>8</sup> Mit den inhaltlichen Beschränkungen korrespondiere die Form der Sendungen, etwa die vorgegebene Zeitstruktur (bspw. wöchentliche Sendefrequenz, Länge der Sendung, interne zeitliche Gliederung), die der Behandlung einzelner Themen bestimmte äußerliche Grenzen setze. Entgegen dem Anspruch, das ausgewogene Programm decke alles, was möglicherweise von Interesse sein könnte, redaktionell ab, führe das Programmprinzip bloß zu einer scheinbaren Vollständigkeit, ermögliche also die geforderte Repräsentativität nicht.

Wegen der »Entmischung«,<sup>9</sup> d.h. weil programmförmige Beiträge nur hergestellt werden können, wenn von Zusammenhängen, die die Grenzen des Genres bzw.

Programmbereiches überschreiten, abstrahiert wird, lasse sich das Gesendete durch die Zuschauenden mit der Realität und mit ihren Erfahrungen nicht mehr in Verbindung setzen. Dieser Prozess werde verschärft, indem als Inhalte von Sendungen nur medial »Vorgekauft« Verwendung finde und sich so eine Selbstbezüglichkeit herausbilde. Weil die Fernsehkommunikation zu dieser Geschlossenheit tendiere und das Gesendete seine Vermitteltheit ausblende, löse die Nutzung des Mediums das Problem aller mittelbaren Erfahrung nicht: das der Orientierung.<sup>10</sup> Diese könne nur durch Authentizität ermöglicht werden: »Ein Buch, aus dem das 12. Jahrhundert zu mir spricht, ist ein Medium. Es ist brauchbar und zuverlässig, wenn es authentisch ist. Es ist für mich authentisch, wenn ich beurteilen kann, [...] ob es stimmt, was das Buch sagt. Auch Lügen und Mißverständnisse, Lücken im Text sind authentische Mittler, solange der Weg zu den Quellen offenbleibt, ich die Herkunft verfolgen kann.«<sup>11</sup> Für Kluge ist die Ursache dafür, dass Bildung – entgegen der mediengesetzlichen Verpflichtung – »durch Fernsehen nicht herstellbar«<sup>12</sup> ist, dieser Mangel an Authentizität. Weil Fernsehkommunikation programmförmig und mittelbar verfare, stehe es einer gelingenden Auseinandersetzung von Individuum und Wirklichkeit entgegen. Kluge spricht deshalb vom »Widerspruch zwischen Rundfunk und Menschengestalt«.

Zwar sei dieser nur aufzuheben durch eine völlig andere Produktionsweise, mit der Fernsehen zu einem Ort wechselseitiger Kommunikation werde, dennoch gebe es Möglichkeiten, innerhalb des bestehenden Mediums, aufklärerisch zu wirken: Wenn der »Reichtum der Erfahrung«<sup>13</sup> sich Bahn breche gegen Nivellierung, zeitliche Begrenzung und Entmischung, könne im TV »unmittelbares Sprechen so nachgeahmt werden [...] wie unter wirklichen Verhältnissen«.<sup>14</sup>

Da Kluge als Fernseh-Produzent lediglich Serien von »Sprüchen« senden kann, die die Zuschauenden abrufen können oder nicht, muss er bemüht sein, mit der Machart der jeweiligen Sendungen das Programmprinzip zu brechen, in das allein er sie einfügen kann. Durch die Form der einzelnen Magazine muss er versuchen, die Inhalte so wenig wie möglich nach heteronomen Kriterien zu bearbeiten und diesen Vermittlungsprozess möglichst transparent zu gestalten. Entsprechend schreibt Kluge in der Selbstdarstellung seiner Kulturmagazine, er wolle sich »Zeit nehmen für Kultur«, »live und ohne Eile«. Und: »Ich versuche, in den Kulturmagazinen vor allem den Originalton der verschiedenen Kulturbereiche zu treffen. Das ist das, was ich unter Vielfalt verstehe.«<sup>15</sup>

Bleibt diese Selbstverpflichtung, der mit Kommunikation erhobenen Forderung nach Selbstbestimmung und Wechselseitigkeit so weit als möglich zu genügen, bloß »Programm-Philosophie«<sup>16</sup> oder gelingt es den Magazinsendungen, den Zuschauenden Anknüpfungspunkte für ihre Erfahrung zu bieten?

## II

### KLUGES KULTURMAGAZINE UND DER VERSUCH, AUS DEM PROGRAMMSCHEMA AUSZUBRECHEN

»Primetime – Spätausgabe«, »10 vor 11« und »News & Stories« heißen die Magazine Kluges, die je einmal wöchentlich auf RTL bzw. SAT.1 ausgestrahlt werden. Diese Sendemöglichkeit basiert auf der nordrhein-westfälischen Mediengesetzgebung, die Frequenzen für die Verbreitung über Fernsehsender nur dann an private Anbieter vergab, wenn diese die Ausstrahlung unabhängig produzierter Sendungen garantierten.<sup>17</sup> Diese Auflage erfüllen RTL und SAT.1 seitdem durch einen Vertrag mit der dctp, der *Development Company for Television Program*. An dieser Firma, im Februar 1987 von Alexander Kluge gegründet, sind zu 37,5% der japanische Werbekonzern Dentsu, zu 12,5% der Spiegel-Verlag und zu 50% Kluge selbst beteiligt. Trotz der Tatsache, dass die rechtliche Verpflichtung sich nur auf die Ausstrahlung in NRW bezieht, werden die dctp-Produktionen von RTL und SAT.1 auch über Kabel bzw. Satellit und damit flächendeckend verbreitet.

Die Magazine, für die Kluge verantwortlich zeichnet, weichen in einer bestimmten Weise von der üblichen Fernsehens ab. Untereinander sind die Formate aber recht unterschiedlich: Die Bandbreite reicht von Gesprächssendungen bis zu Montagen, d.h. Abfolgen von Bild-Ton-Sequenzen, zumeist ohne zusätzlichen Kommentar. Es erscheint daher angemessen, hier lediglich einen Ausschnitt der Fernsehproduktion Kluges näher zu betrachten: seine TV-Gespräche.

*Indem sich Kluge um den Schein der Unmittelbarkeit nicht bemüht, findet eine Konzentration auf den Gegenstand statt:*

Im Unterschied zum Gros der Magazinsendungen werden die Zuschauenden nie begrüßt oder direkt angesprochen.<sup>18</sup> Der Fragende<sup>19</sup> ist zudem meist gar nicht im Bild zu sehen; manchmal sieht man ihn von hinten, selten von der Seite. Weil weder im Abspann noch an anderer Stelle die Namen der Macher erwähnt werden, bleibt diese Anonymität bestehen.<sup>20</sup> »Nichteingeweihte« wissen daher nicht einmal, wer dort zu dem im Bild gezeigten Gast spricht. Den einzigen zuordnenden Hinweis gibt das dctp-Logo in Vor- und Abspann.

Bei den Gesprächspartnern handelt es sich im weitesten Sinn um Wissenschaftler und Intellektuelle, d.h. bspw. um Neurobiologen, Geisteswissenschaftler, Literaten, Filmemacher, manchmal auch Politiker. Sie werden nie als Prominente, sondern immer als Experten für eine bestimmte Sache befragt. Als Indizien dafür mögen gelten, dass ihr Name höchstens im Untertitel der einzelnen Sendung genannt ist, dass sie von Kluge aber nicht vorgestellt werden, wie dies üblicherweise durch das Anführen als wichtig geltender Etappen des Werdegangs des Gastes geschieht. Im Schriftband, mit dem in das Thema der einzelnen Sendung eingeführt wird, werden sein Name und seine Tätigkeit genannt.

Diese Aspekte machen deutlich, dass kein Versuch einer persönlichen Zuwendung zu den Zusehenden unternommen wird. Diesen wird nicht wie üblich suggeriert, das Gespräch finde für sie statt, sei es zu ihrer Unterhaltung, sei es zu ihrer Information

oder Bildung. Kluge mimit nicht den Talkmaster, sondern spricht mit seinem Gast über ein bestimmtes Thema. Die selbstverständliche Art und Weise, in der der Gast Teil der Sendung ist, entspricht – scheinbar paradox – seiner Unabdingbarkeit als Gesprächspartner. Unabdingbar ist der Gast, weil er Kluge, d.h. seinem Interesse an einer bestimmten Sache, weiterhelfen kann. Der personale Aspekt des Wissens, der Erfahrungen, steht also im Dienst einer bestimmten Fragestellung. Ein emotionales Verhältnis zwischen Gast und den Zuschauenden wird folglich nicht angebahnt; offensichtlich rechnet Kluge damit, dass seine eigenen theoretischen Interessen für diese anschlussfähig sind. Auch wenn er so die Voraussetzung dafür schafft, die Sendung um den jeweiligen Gegenstand, das jeweilige Thema zu zentrieren, ist es ihm damit nicht schon gelungen, die Auseinandersetzung nachvollziehbar zu gestalten.

*Indem Bild und Ton eigenständig eingesetzt werden, wird die scheinbare Dominanz des Visuellen aufgebrochen:*

Zu Beginn der einzelnen Sendungen, d.h. nach der Ausblendung des jeweiligen Logos, gibt es am unteren Bildrand von rechts nach links laufende Schriftbänder zu lesen, die das Thema erläutern. Ihr Text umfasst wenige Sätze, die durch »/« voneinander getrennt sind und deren Kernwörter in Großbuchstaben gedruckt sind.<sup>21</sup> Es folgt das Titeltafel, das als Standbild Titel und Untertitel der Sendung anzeigt. Oftmals setzt das Gespräch schon währenddessen ein, also bevor die Gesprächssituation in den Blick kommt. Entsprechend läuft am Ende der Sendezeit das Gespräch weiter, wenn abschließend wieder Titel und Name des Magazins, dann das Zeichen der dctp zu sehen sind.

Zum einen setzt Kluge also Text als eingeblendete Schrift eigenständig ein; zum anderen wird das gesprochene Wort von der Bildebene des Magazins entkoppelt und so betont. Die Fernsehenden werden zu Lesenden und Hörenden. Sie müssen selbst den Einstieg in die Sendung leisten, indem sie dem Lauftext folgen. Seine Strukturierung verhindert, dass die Lesenden von der laufenden Schrift überrannt werden. Schaffen sie es, den Text mitzuverfolgen, so zieht diese Dynamik sie quasi in das Gespräch hinein, das oft ebenfalls so rasant verläuft, dass es die Zuschauenden zu hoher Konzentration nötigt. Den gegenteiligen Eindruck, den Zuschauenden würden letztlich nur Schlagworte vermittelt, könnten die Majuskeln erwecken. Dieses Bedenken mag dadurch abgeschwächt werden, dass die unterschiedlichen Leseanforderungen von »ruhemdem« und Lauftext beachtet werden; es bleibt jedoch zu prüfen, ob der Sinn der Schlagworte für die Zuschauenden zu verstehen ist.

Mit der intendierten Aufmerksamkeitsverschiebung attackieren die Magazine Kluges die Dominanz des Bildes über das gesprochene und geschriebene Wort und damit die Tendenz des Fernsehens, das Visuelle als seine Stärke auszugeben. Bei der Vermittlung abstrakter Inhalte zeigt sich diese Orientierung am Visuellen paradoxerweise gewöhnlich darin, dass der gesprochene Text durch Filme bloß illustriert wird, d.h. dass Bilder und Struktur dieser Filme nur im Zusammenhang mit dem parallelen Kommentar verständlich sind, aber selbst kaum Aufschluss über das geben, was besprochen wird.<sup>22</sup> Solche tautologischen, weil verdoppelnde Bild/Ton-Verhältnisse werden von Kluge meist vermieden. Dass sonst üblicherweise auf eine nichtssagende Bebilderung nicht verzich-

tet wird, ist dagegen ein Indiz der scheinbaren Dominanz des Bildes und damit für die Tendenz des Fernsehens, sich selbst als Bildmedium zu inszenieren.<sup>23</sup>

Die Einstellungen, die die Gesprächssituation abbilden, sind in einer schlichten Weise gefilmt. Es gibt stets nur eine Kameraposition, die den Gast meist von seitlich vorne aufnimmt. Die Kamera ruht regelrecht auf ihm. Nur selten gibt es Zooms; sie bewegen sich alle im Bereich der Nahaufnahmen. Auch die Orte der Gespräche sind unspektakulär. Teilweise werden sie in Kluges Wohnung, oft auch an dem Ort gedreht, an dem sich Kluge und der Gast treffen – als Teil einer unabhängig von der Aufzeichnung bestehenden Öffentlichkeit (etwa Foyers oder Cafeterien bei Festivals o. ä.).

In beiden Varianten bleibt der Ort im Hintergrund, jedoch nicht nach Art einer Kulisse, mit der das Geschehen inszeniert wird, sei es durch Zuschauerreihen (wie in »Das ZDF Sportstudio«), sei es durch Dekoration (wie in »B. trifft« (West3)). D.h. weder wird das Filmen in der Klugeschen Wohnung als Blick durch das Schlüsselloch präsentiert – für die Zuschauenden ist es gar nicht ersichtlich, dass es sich um diese Wohnung handelt<sup>24</sup> –, noch werden die Treffen in der Öffentlichkeit als VIP-Event präsentiert. Daran wird deutlich, dass die Kommunikation, die durch Kluges Magazine in die Wohnungen der Zuschauenden verbreitet wird, auch dort stattfinden könnte. Die Zuschauenden könnten selbst an dieser Kommunikation in der Rolle Kluges teilnehmen.<sup>25</sup>

*Indem der Zugang zu den einzelnen Sendungen nur über das jeweilige Thema eröffnet wird, wird den Zuschauenden Mündigkeit zugemutet:*

Die Titel und auch die Schriftbänder des Vorspanns sind meist rätselhaft, so dass beim Lesen lediglich eine Ahnung entsteht, welchem Thema sich die Sendung widmen mag. Wenn es etwa heißt: »Hitlers Blut/Standartenführer Dr. Dölle berichtet«, fragt man sich, was Herr Dölle wohl über Hitlers Blut zu erzählen hat. Man ahnt, dass nicht (allein) medizinische Daten zur Diskussion stehen, weil das Blutbild Hitlers an sich von geringem Interesse ist. Wenn man weiß, dass Kluge sich immer wieder mit dem Thema Krieg befasst – er ist ihm der Prototyp des Unglücks, das wir lernen müssen zu verhindern –, entsteht eine andere Idee: Es könnte um Krieg und militärische Praxis gehen und – liest man die faschistische Vokabel »Blut« in einem anderen Sinn – um die Frage, wie die Versuche Hitlers, diese Praxis zu lenken, von seinem Befinden, vom »Wallen seines Blutes«, beeinflusst waren.<sup>26</sup> Aber auch dies bleibt Vermutung. In der Regel werden die Lesenden der Programmankündigung bzw. des Titeltableaus und des einleitenden Schriftbandes also nur dann zu Zuschauenden, wenn sie die Ungewissheit annehmen.

Mit dem Muster der Fernsehkommunikation wird üblicherweise versucht, das Risiko, das darin liegt, dass Neugier als Motiv für Einschalten und Dranbleiben erfordert wird, durch die Serienförmigkeit der Programme zu umgehen. Wenn diese Strategie funktioniert, wird das Fernsehen vom Inhalt der jeweiligen Folgen unabhängig. Auch die Magazine Kluges werden regelmäßig gesendet. Doch trotz dieses seriellen Aspekts sind die Sendungen wesentlich durch ihre schwer kalkulierbare Vielfalt gekennzeichnet. Das thematische Spektrum<sup>27</sup> ist so breit, dass die Zuschauenden nicht vorhersehen können, ob die Sendung über ein ökonomisches, soziologisches, historisches, neurobiologisches usw. Thema handelt. Auch formal legen sich die Magazine trotz wiedererkennbaren Designs nicht fest. So gibt es keine



Erkennungsmelodien, die die einzelnen Magazine zu einer Serie reihten. Während das dctp-Logo und das der jeweiligen Sendung eingeblendet sind, ertönt je besondere Musik, die speziell für das Thema der Sendung stehen soll.

Wenn man so will, appelliert Kluge an die Treue zum Ungesicherten. Das hat aber einen sachlichen Grund und ist nicht bloß der Clou, mit dessen Hilfe ein Sendekonzept sich gegen andere – und damit als eines von ihnen – durchsetzen soll. Kluges Konzept versucht, die Sache, um deren Klärung das gesendete Gespräch geführt wurde, nicht schon zu Beginn als geklärt hinzustellen. Wenn die Zuschauenden etwas »lernen« können sollen, darf ihnen nicht eingeredet werden, sie wüssten schon alles. Es wird von den Zuschauenden erwartet, ihr eventuelles Nicht-Verstehen – etwa des Titels der Sendung – zum Anlass zu nehmen, der Auseinandersetzung zu folgen. Die Rätselhaftigkeit der einleitenden Angaben ergibt sich vor allem daraus, dass sie Ergebnisse des Aneignungsprozesses Kluges enthalten. Dieser wird mit dem Gespräch gezeigt, und so erschließen sich für die Zuhörenden im Verlaufe der Sendung die Titelformulierungen.

Die Magazine Kluges lassen sich allgemein als regelmäßiger Versuch fassen, aus dem Schema auszubrechen. Er negiert praktisch den überformenden Zugriff des Programmschemas auf das Gesendete und muss die Resultate dieser Versuche dennoch als Teil des Programms platzieren. Welche bildende Wirkung einer solchen Sendung Kluges zukommen kann – und mit welchen Risiken sein Vorgehen behaftet ist, lässt sich nur an einem konkreten Beispiel aufzeigen. Die dazu ausgewählte 45-minütige »News & Stories«-Folge scheint mir ein vergleichsweise gelungenes Gespräch wiederzugeben. Die Ergebnisse meiner Analyse können daher nicht verallgemeinert werden. Auch in weiteren Hinsichten wird die Untersuchung beschränkt bleiben: Eine umfassende Interpretation müsste u.a. weit stärker die Hintergrundmotive, die Montagen und auch die Musiken beachten, als das hier der Fall ist.

### III

»WENN DU MICH ANSIEHST, ERBLICKST DU DICH SELBST«<sup>28</sup>

#### *Rätselhafter Vorspann*

Auf dem einführenden Schriftband ist zu lesen: »Im 17. Jahrhundert kommt es in der Menschheit zu einem ERWACHEN DES SELBSTBEWUSSTSEINS (AUTONOMIE) / So wie ferne Länder kolonisiert werden, wird das EIGENE INNERE erobert und angeeignet / Es entstehen in Frankreich, ähnlich wie in einer Betriebswirtschaftslehre, LANDKARTEN DER GEFÜHLE / Die Aufklärung, sagt die Romanistin Dr. Ulrike Sprenger, beginnt EMOTIONAL und aus LUST AM ANDEREN MENSCHEN – «. Im Hintergrund werden dazu Ausschnitte von den Landkarten gezeigt, um die es gehen wird.

Mit dem Text des Schriftbandes wird der Gegenstand der Sendung, die Landkarten der Gefühle, in einen Zusammenhang gestellt, der sich, so vermute ich, für die Zuschauenden nicht gleich zu Anfang erschließt. Der erste Satz, der die Zeit der Renaissance und der frühen Aufklärung ideengeschichtlich charakterisiert, gibt an,

welchem historischen Kontext das Thema der Sendung entstammt. Im zweiten Satz wird dann die damalige Praxis des Kolonisierens mit der Zuwendung des Einzelnen zu seiner Psyche verknüpft. Analog dem Imperialismus nach außen sei das Innere der Menschen erobert worden. Diese Strukturanalogie wird im Gespräch dargelegt werden; für die Zuschauenden ist sie zu Beginn der Sendung bloß ein Bild, eine Hypothese, die noch mit Argumenten belegt sein will.<sup>29</sup> Im nächsten Satz wird das Ergebnis dieser Forschung benannt und zugleich heißt es, diese Landkarten seien der Betriebswirtschaftslehre vergleichbar. Wurde im zweiten Satz versucht, das Thema über geographische und imperiale Metaphern zu fassen, stellt der Text nun einen anderen Bezug her, den zur bürgerlichen Ökonomie. Diejenigen, die den Lauftext verfolgt haben, werden erleichtert sein darüber, dass im folgenden, abschließenden Satz Ulrike Sprenger angekündigt wird – kann sie als Expertin doch diese Zusammenhänge nun erklären.

### *Kluges Aneignungsprozess*

Es ist aber gar nicht die Expertin Sprenger, die die im Text des Schriftbandes enthaltenen Thesen vertritt. Die Thesen sind die Kluges. Sie stellen das Ergebnis seines, das Gespräch organisierenden Aneignungsprozesses der Sache dar – und damit Antworten aus der Perspektive seines Erkenntnisinteresses. Diese Zuordnung lässt sich etwa an den Kategorien festmachen, die zur Analogisierung verwendet werden. Wie »ferne Länder kolonisiert werden«, so werde auch die Psyche der Menschen »erobert und angeeignet«. Als Kolonialisierung, als gewalttätige, zerstörende Unterdrückung, wird die Beschäftigung des Individuums mit seinem Inneren beschrieben. Indem sie erobert und aneignet, zerstört sie ihr Objekt. Das Odysseus-Kapitel aus der *Dialektik der Aufklärung* klingt hier an. Das dort entfaltete dialektische Verständnis der Subjekt-Werdung bringt Kluge in die Auseinandersetzung ein, in der Sprenger immer wieder den Erkenntnisgewinn dieser Analyse der Emotionen hochhält (s. u.).

Mit dem Begriff der »Betriebswirtschaftslehre« verweist Kluge auf die bürgerlichen ökonomischen Prinzipien, unter denen Aufklärung herrschaftsförmig gerät: Das Subjekt sei nicht nur materiell auf sich verwiesen und dadurch autonom, sondern auch hinsichtlich seiner Gefühle. Auch Sprenger spricht davon, dass die Vorstellung der französischen Kartenzeichnerinnen von den Individuen verlange, mit den Gefühlen rechnen zu können. Daraus folgert Kluge, mit den Landkarten der Gefühle beginne die Aufklärung »aus Lust am anderen Menschen«. Weil mit der Suche nach der Logik der Emotionen diese Emotionen immer auch rationalisiert werden, ist Kluge bemüht, neben dem aufklärerischen Effekt der Karten auch aufzuzeigen, wie in diesem Anfang schon die leidvolle Dialektik enthalten ist.

Dies tut er etwa durch den Vergleich mit der BWL, aber auch durch Kategorien wie Arbeiterklasse und Kapitalismus, die auf die Bedeutung der ökonomischen Bedingungen für die gesellschaftliche Entwicklung verweisen. Mit der Analogisierung verweist Kluge zudem darauf, dass sich in den kulturellen und wissenschaftlichen Produkten einer bestimmten Epoche Aspekte dieser materiellen Entwicklung, hier etwa der Kolonialisierung, niederschlagen. Angesichts der Tatsache, dass es mit den Landkarten der Gefühle um Dokumente aus dem 17. Jahrhundert geht – aus einer Zeit also,

zu der die kapitalistische Wirtschaftsweise noch nicht durchgesetzt ist –, argumentiert Kluge hier »unhistorisch«, d.h. er zieht Erklärungsmuster heran, die Analysekraft erst für spätere Etappen der gesellschaftlichen Entwicklung beanspruchen können.<sup>30</sup> Auch wenn anzunehmen ist, dass das Modell der kapitalistischen Profitkalkulation noch nicht so weit verbreitet gewesen sein kann, um auch für die Vorstellungen über die Psyche prägend zu sein, heißt das noch nicht, dass die Klugesche Interpretation der Landkarten keinen Sinn mache. Um beurteilen zu können, ob sie sinnvoll ist, werde ich nun in knapper Form die *préciosité* und die mit ihr verbundenen Gefühlsanalysen darstellen.

### *Exkurs zur präziösen Liebesvorstellung<sup>31</sup>*

Zwischen 1650 und 1660 kommt es in Frankreich zu dem sozialen Phänomen der *préciosité*, der Gekünsteltheit, und mit ihr zu der hier interessanten Liebespsychologie in Form von Landkarten. Die bekannteste und erste Landkarte der Gefühle ist die *Carte de Tendre*, die Madeleine de Scudéry in ihrem Roman »Clélie« (1654–1660) veröffentlicht hat. In ihm gewährt die Schriftstellerin Einblick in ihre Salongesellschaften, die *Samedis*.

Die von Aristokratinnen ab ca. 1610 in Paris gegründeten *Salons* sind Ausdruck einer Veränderung der sozialen Stellung der adeligen und der wohlhabenden bürgerlichen Frauen. Zunehmend gebildet, empfinden sie die gesellschaftliche Nötigung zu heiraten – der nur durch den Eintritt in ein Kloster zu entkommen war –, ihre Abhängigkeit vom Ehemann und die damit verbundene Beschränkung ihrer Aufgaben und Befugnisse als einengend und ihrer unwürdig. Und so gehört es zu dieser Form der kultivierten Geselligkeit von adeligen und bürgerlichen Frauen und Männern, immer wieder das Verhältnis der Geschlechter zum Thema gefälliger Konversation zu wählen. Die auf den *Samedis* der de Scudéry geborene Vorstellung der *amitié tendre* wird zur Leitidee der präziösen Frauen. Diese verstehen sie als eine Zuneigung, die sich willentlich steuern lässt und so angenehm ungefährlich ist. Sie erklärt sich als Gegenbild zu der ehelichen Wirklichkeit: Die Verbindung, die die Partner meist in jugendlichen Jahren eingingen, waren Zweckbündnisse, von den Eltern arrangiert mit Blick auf finanzielle Interessen und solche des Ranges. Die so gestifteten Gemeinschaften mögen für die Männer wie für die Frauen als Zwang empfunden worden sein; angesichts der machtvolleren Stellung der Männer lässt sich jedoch vermuten, dass sie die größeren Chancen hatten, innerhalb dieser Ehen ihre Interessen, etwa die nach sexueller Befriedigung, durchzusetzen. Dass den Frauen die in diesen Bündnissen praktizierte Sexualität nicht behagte, zeigt sich in der präziösen Einschätzung, die *amour passion*, die leidenschaftliche Liebe, sei typisch männlich und mit der weiblichen Gefühlswelt nicht vereinbar. Diese *amour passion* erscheint den Präziösen irrational, gefährlich und animalisch. Sie halten ihr die *tendresse* entgegen, in der Absicht, aus der Sinnen- eine Seelenliebe zu machen. Durch die Zärtlichkeit, so die Vorstellung, unterwerfe sich »der Mann dem Wunsch und Willen der Geliebten«<sup>32</sup>. Dieses Ideal schlägt sich nieder in strengen Verhaltensregeln, die den männlichen Teilnehmern der *Salons* Grenzen ihres galanten Werbens setzen und die Frau dieses Werben passiv hinnehmen lassen, ihr also vor allem verbieten, ihre Gefühle zu offenbaren. Das erotische Spiel wird somit gleichzeitig entsexualisiert: »Der Mann wirbt

im Salon um die Frau, diese Werbung hat aber, da der Mann nie zum Ziel kommt, und das auch weiß, ihr Ziel in sich selbst; sie wird zum Spiel.«<sup>33</sup> In diesem Spiel fällt die Hauptrolle der Frau zu, denn sie ist es, die durch Entrüstung über den als zu aufdringlich empfundenen Mann und durch umgehend ausgesprochenes Vergeben bestimmt, wie nah sich beide kommen. So hängt also von ihrem Urteil ab, wie weit der Mann schon auf dem Weg zum Ideal der *amitié tendre* gekommen ist. In diesem Zusammenhang dient die *Carte de Tendre* zur Veranschaulichung, denn auf ihr sind die einzelnen Stationen aufgezeichnet, in die sich nach preziöser Vorstellung das Erreichen der zärtlichen Zuneigung gliedern lässt: Beginnend bei *Nouvelle amitié* über *Petits Soins* (kleine Dienste), *Grands Services*, *Sensibilité*, *Obeissance* (Gehorsam) und andere Stationen zu *Tendre sur Reconnaissance* (Zärtlichkeit aus Dankbarkeit) oder u.a. über *Grand esprit*, *Billet galant*, *Billet doux* (Liebesbrief), *Probité* (Rechtschaffenheit), *Exactitude* (Pünktlichkeit), *Bonté* (Güte) zu *Tendre sur Estime* (Zärtlichkeit aus Achtung).<sup>34</sup>

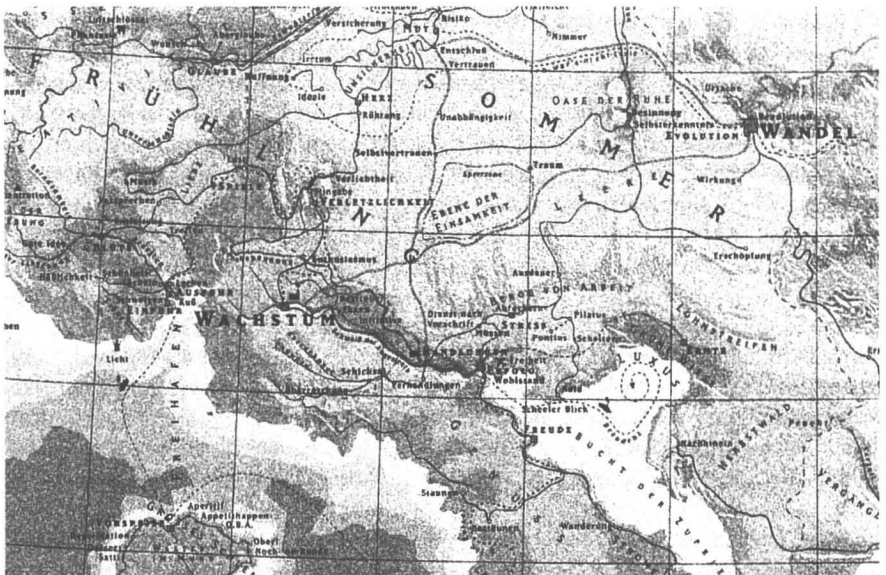
Die preziöse Liebesvorstellung löst nur scheinbar die Probleme der Frauen. In der abgeschlossenen Welt der Salons herrschen die Preziösen und sind dabei darauf angewiesen, dass ein galanter Herr um sie wirbt. Statt sich gegen die herrschaftsförmige Rollenverteilung der Geschlechter zu wehren, verkehren sie diese und verfestigen die Ungleichheit zugleich, da sie die Probleme der Ehepartner miteinander anthropologisch in den unterschiedlichen Gefühlswelten der Geschlechter verankern. Mit der Konzeption der *amitié tendre* bemühen sich daher die Preziösen um eine Zügelung der – den Männern zugeordneten – Leidenschaft. Dieser Gegenentwurf gegen die lieblosen Verbindungen der Vernunftfehen wahrt damit die Idee einer »wahren Liebe« ebenso wenig wie die Praxis, die er rationalistisch reformieren will. In beiden Fällen werden die Emotionen kontrolliert durch heteronome Instanzen: Entscheiden üblicherweise die finanziellen wie ständischen Interessen der Familien darüber, wen die Kinder heiraten, erlegen sich die Preziösen nun selbst affektive Zurückhaltung auf, die sie als einzige Möglichkeit, der männlichen Rücksichtslosigkeit zu entkommen, rechtfertigen wollen. Es geht um Mäßigung statt um Befreiung: Aus Emotion wird Ratio, aus Leidenschaft Spiel.

Weil die preziöse Liebeskonzeption also einen Versuch darstellt, die Ökonomie der Gefühle zu beherrschen, ist der von Kluge vorgenommene Vergleich mit einem Denken in Wertabstraktionen nicht völlig schief. Im preziösen Spiel werden bestimmten Formen der Liebe abstrakte Werte zugeschrieben, die die qualitativen Unterschiede der Emotionen vernachlässigen. Nur so lässt sich ein logisches Regelwerk der Emotionen errichten. Mit dessen Hilfe versuchen die Preziösen in der Konkurrenz mit den Männern ihre Formen des Umgangs durchzusetzen. Zugleich konkurrieren sie mit den anderen Frauen im Salon um den galanten Verehrer. Dass sie dabei gerade nicht auf das freie Spiel der Kräfte setzen, sondern den Umgang durch detaillierte Verhaltensregister regeln, die nicht nur die Möglichkeiten der mit ihnen Konkurrierenden beschneiden, sondern auch ihre eigenen, ist ein Hinweis darauf, wie sehr sie auf die Kraft der Rationalität vertrauen. Obwohl sich also das Modell des freien Marktes hier noch nicht finden lässt, sind die Frauen dennoch zweifellos bemüht, sich so teuer wie möglich zu verkaufen. In diesem Sinne

erscheint Kluges Interpretation stimmig, die Liebesvorstellung der Präzisen beruhe auf dem Tauschprinzip. Denn wie sich in einer kapitalistischen Ökonomie die Gebrauchswerte den Notwendigkeiten, Tauschwert zu erzielen, unterordnen müssen, so müssen die Präzisen ihre Gefühle den Regeln der *tendresse* unterordnen. In beiden Fällen beeinträchtigt die Form des Austauschs also das, was getauscht wird.

Eine Auslegung der Assoziationen Kluges dagegen, die Begriffe wie »kapitalistisch« und »Unternehmer« auf die heutige ökonomische Wirklichkeit beziehen würde, ist nicht sinnvoll. Kluge spricht denn auch vom »Anfang des Kapitalismus« und berücksichtigt mithin die gesellschaftlichen Veränderungen bis zu dessen voller Durchsetzung. Wenn Kluge die Gefühlsanalysen in die Nähe der BWL rückt, der Lehre also, die sich um die Chancen der kapitalistischen Konkurrenten, Profit zu erzielen, kümmert, wirkt das zunächst auch wie ein befremdlicher Vergleich mit etwas Entlegenem. Erhellend ist der Bezug aber gerade wegen der thematischen Differenz der jeweiligen Lehren und wegen des historischen Sprungs: Denn im engeren Sinn entsteht die Lehre von der Betriebswirtschaft erst im 20. Jahrhundert.<sup>35</sup> Der Blick von außen befördert das Verstehen durch Verfremden.

Aber die Gefahr, die damalige Vorstellung von Liebe und Freundschaft mit der heutigen gleichzusetzen, die ihr Ideal gegen einen kalkulierenden, am persönlichen Vorteil orientierten Umgang der Einzelnen formuliert, besteht dennoch, weil im Gespräch dieser Unterschied zu heute nicht direkt thematisiert wird, und vor allem deshalb, weil die Verheirathungspraxis des 17. Jahrhunderts, in Opposition zu der die präzise Liebesvorstellung allein verständlich ist, nicht erwähnt wird. Das erscheint problematisch, da anzunehmen ist, dass denjenigen Zuschauenden, die über die Stellung der Frauen im 17. Jahrhundert wenig wissen, die Landkarten der Gefühle bloß skurril anmuten und so gerade ihr sinnhafter Bezug zu den objektiven Verhältnissen nicht zu erkennen ist.



Nachdem die inhaltliche Stimmigkeit der Klugeschen Interpretation der Landkarten der Gefühle geklärt ist, soll nun dargelegt werden, wie das gesendete Gespräch mit Kluges Erarbeitung der gerade erörterten Interpretation zusammenfällt. Dies wird an zwei Merkmalen kenntlich: an der neugierigen und eifrigen Haltung Kluges sowie am Auftreten von Fehlern und Falschem:

»Habe ich das richtig geraten?!«

Das Schriftband ist noch nicht durchgelaufen, das Titeltafel der Sendung noch nicht eingeblendet, da hört man die Stimme Kluges: »Die Karte des Königreiches der Koketterie, ja. Was ist das?« Bevor Sprenger ihre Antwort zu Ende formulieren kann – »Das ist –«, fällt Kluge ein: »Eine Landkarte«, vervollständigt also den von ihr begonnenen Satz. Diese Vervollständigung, die Sprenger dann bekräftigend aufnimmt, erscheint zunächst als bloße Wiederholung dessen, was mit dem Begriff der »Karte« schon ausgesagt ist. Kluge spezifiziert seine Beschreibung dann aber: Es handele sich um eine »Insel«. So wird der Zugriff Kluges auf die *Carte du Royaume de Coquetterie* kenntlich: Ihn interessiert, dass die Koketterie als etwas Geographisches dargestellt ist, denn über die Erdkunde assoziiert er die historisch parallele Entwicklung der Kolonisation (s.u.). Insofern startet das Gespräch nicht mit der Offenheit, die die erste Frage suggeriert.

Auffällig ist, dass Kluge im Verlauf der Unterhaltung kaum wirkliche Fragen an seine Gesprächspartnerin stellt. Er lässt sich nur wenige Sachen erklären.<sup>36</sup> Dafür aber formuliert Kluge mehrfach Fragen, die er sich selbst beantwortet.<sup>37</sup> An der Arbeit am Material beteiligt er sich also hauptsächlich durch Formulierungsangebote,<sup>38</sup> und das so spontan, dass sich ein Gast, wollte er/sie erklären oder belehren, unhöflich unterbrochen fühlte. Kluge verfährt nicht wie jemand, der weiß, dass er, um sich am Gespräch beteiligen zu können, sich nicht mit Fragen exponieren darf, die deutlich machen, dass er inkompetent ist. Oder – um es genauer zu sagen – wollte Kluge diese Strategie bedienen, machte er dies sehr ungeschickt. Schließlich wirft er oft »Sachfremdes« ein, richtet seinen Blick also von außen auf das Thema »Landkarten der Gefühle«. Vergnügen scheint es ihm zu bereiten, sich als Nicht-Experte das Thema zu erschließen. Und vielleicht überrascht er mit dem Ergebnis seiner Aneignung sogar die Expertin, indem er ihr eine neue Deutungsperspektive eröffnet. Diese Haltung Kluges, wegen der die Gespräche sinnvollerweise nicht Interview zu nennen sind, wird kenntlich, als er einer seiner Interpretationen halb zweifelnd, halb hoffnungsvoll hinterherschleibt: »Habe ich das richtig geraten?!«

### Fehler und Falsches

Und tatsächlich »rät« Kluge manchmal nicht ganz richtig. So etwa, als er mit der Information Sprengers, diese Karten seien im 17. Jahrhundert entstanden, sich diese Darstellungsform mit der zeitlich parallelen Kolonisierung erklärt und meint: »Also, so wie man die Welt erfährt, das ist ja der Beginn, in der die Kolonien gebildet werden, in denen meinetwegen die Franzosen Kanada besiedeln, nicht, Australien entdecken.«

Diese geschichtlichen Fakten, mit denen Kluge seine Assoziation stützen will, stimmen nur teilweise (Australien wird nicht von den Franzosen entdeckt). Das

problematisiert Sprenger aber – möglicherweise bewusst – nicht, sondern stimmt ihm zu. Dass eine Richtigstellung ausbleibt, ergibt Sinn innerhalb der Argumentation, in der die Hinweise auf einzelne Kolonialisierungen nur als Erläuterung für das Phänomen als Ganzes dienen. Insofern ist es für die Illustration der Sache nicht notwendig, dass jedes einzelne Beispiel stimmt, wenn die Sache, die illustriert werden soll, also französische Kolonialisierungen im 17. Jahrhundert, unstrittig ist.<sup>39</sup>

Innerhalb der (gefilmten) *Face-to-Face*-Kommunikation ist es ratsam, den Fluss des Gespräches nicht durch unerhebliche Richtigstellungen aufzuhalten. Das Auftauchen dieses Fehlers in der gesendeten Fassung gilt damit jedoch nicht notwendig als gerechtfertigt. Mit Hinweis auf die journalistische Verantwortung für die Richtigkeit publizierter Inhalte und angesichts der Möglichkeit, den Fehler aus dem Mitschnitt des »flüssigen« Gesprächs nachträglich herauszuschneiden, wird gewöhnlich vielmehr problematisiert, etwas Falsches zu verbreiten.

*Exemplarisch für ein solches Konzept, das sich an dieser Verantwortlichkeit orientiert, sei auf das des ZDF-Wissenschaftsredakteurs Joachim Bublath verwiesen.<sup>40</sup> Sein Ziel ist es, Ergebnisse seriöser wissenschaftlicher Forschung breitenwirksam zu präsentieren. Entscheidend bei dieser Umsetzung ist für ihn, nichts Ungesichertes als gesichert erscheinen zu lassen. Diese Gleichsetzung von seriöser Forschung und Sicherheit – die als Kritik an Magazinen, die sich für wissenschaftliche und technische Entwicklungen nur als Anlass für unhaltbare Spekulationen interessieren, ein Stück Wahrheit trifft – führt dazu, dass in der Sendung selbst nur noch vorher geprüfte Ergebnisse vorgestellt werden können. In der Sendung, der veranschaulichenden Aufbereitung des Ergebnisses, verschwindet der Weg der Aneignung, allein dessen Ende erscheint in der Präsentation. Auch der Aneignungsprozess naturwissenschaftlicher Gegenstände, über die Bublath hauptsächlich spricht, stellt eine Interpretation dar. Dass diese zu einer adäquaten Erkenntnis führt, lässt sich demnach auch bei naturwissenschaftlichen Themen nicht schon durch eine richtige Darbietung sicherstellen. Diese vermittelt selbst lediglich eine Interpretation der Sache. Und so obliegt es den Zuschauenden, aus diesem fertig dargebotenen Bild der Sache die Sache zu rekonstruieren.*

*Daher liegt der Verdacht nahe, Bublaths Konzept resultiere gar nicht aus Überlegungen zu den Verstehensprozessen der Zuschauenden. Er gibt an, die ZDF-Sendung »Abenteuer Forschung« müsse deswegen »schon optisch sehr opulent senden«, also die Ergebnisse filmisch aufbereiten, weil man um 21 Uhr mit »Unterhaltungsshow oder Fußball« zu konkurrieren habe, eine Situation, in der man nur durch interessante Bilder »überhaupt die Zuschauer bekommt«. Indem er aber in der Visualisierung eine Lösung für die Konkurrenzsituation erblickt und die Opulenz der Bilder an der gesteckten Ziel-Zuschauerzahl ausrichtet, lässt er außer Acht, wie der Medieneinsatz das Gesendete verkehrt. Stattdessen sieht er in der filmischen Animation einen Service, mit dem er das so interpretierte Unterhaltungsbedürfnis seiner Kunden bedienen möchte: Auf einem Sendeplatz, an dem das ZDF sich mit einer geringeren Quote zufrieden gibt, »über tiefe Probleme diskutieren – das können wir auch«, sagt Bublath. »Wir hätten es dann auch viel leichter, wir müssten dann nicht so viele Trickfilme und optische Aufbearbeitungen machen.« Entlastet vom Quotendruck, meint Bublath, entfielen die Verpflichtung zu der von ihm zuvor propagierten Didaktik.*

*Wenn er auch nicht ausspricht, dass damit eine solche Sendung der Forschung sehr viel näher käme, so scheint in seiner Polemik gegen die ach-so-tiefen Probleme doch sein Wissen darum auf, dass die Beschränkung auf das bloße Präsentieren von Ergebnissen, das auf den für Wissenschaft notwendigen, per se unsicheren Diskussionsprozess verzichtet, sich nicht jeweils sachlich erklärt, sondern den Anforderungen des Programms geschuldet ist.*

*Die Sendungen der Reihe »Abenteuer Forschung« gehorchen den herrschenden Bedingungen derart, dass vor ihrer Produktion die zu sendenden Ergebnisse feststehen müssen. In der Sendung selbst muss bzw. kann – überspitzt gesagt – gar nicht mehr gedacht werden, es wird lediglich das reich gebilderte, verbürgte Wissen zur Schau gestellt. Mit der Formel des gesicherten Abenteurers lässt sich der Widerspruch von Bublaths Konzept fassen. Wie in Sensations-Shows, von denen Bublath sich abgrenzen will, werden die Zuschauenden von ihm als Unmündige bedient. Und zugleich zeigt sich die Selbstinszenierungstendenz der audio-visuellen Kommunikation: Es bleibt beim »Abenteuer Bild«.*

Im Unterschied dazu geht es Kluge offensichtlich nicht darum, nur das zu senden, was 100%ig abgesichert ist. Statt einen Film über das Ergebnis seiner Auseinandersetzung mit den Landkarten der Gefühle zu drehen, zeigt er diese Auseinandersetzung selbst, ergänzt um Hintergrundbilder, Einblendungen und einzelne Montagesequenzen. Dabei ist es unvermeidlich, dass Vorschläge Kluges, die sich später als falsch herausstellen, ebenso wie die angesprochenen Fehler auf Sendung gehen. Wenn Kluge bspw. vorschlägt: »Jetzt nehmen wir mal das Klassenschema«, um die rationalistische Liebesvorstellung genauer zu fassen, dann greift er der historischen Entwicklung voraus, wie Sprenger erklärt. Kluge entwirft ein Bild der unterschiedlichen Stände der damaligen französischen Gesellschaft und nimmt an, die Liebessprache verknüpfe alle unterschiedlichen Formen der Liebe innerhalb dieser Gesellschaft und ermögliche so ihre wechselseitige Übersetzung. Damit, so seine Vermutung, seien die gesellschaftlichen Ungleichheiten in einem begrifflichen System zusammengefasst und somit tendenziell nivelliert. Sprenger nun entgegnet, die Beschäftigung mit der Ökonomie der Gefühle beschränke sich auf die höfische Gesellschaft und schließe daher die Wirklichkeit der anderen Klassen nicht ein. Sie beschreibt schließlich, wie die gesellschaftliche Dimension erst im 18. Jahrhundert durch Marivaux literarisch berücksichtigt wird.

Da die Expertin die Idee Kluges zurückweist und gleichzeitig aufnimmt, indem sie auf eine andere historische Epoche verweist, für die sie zutrifft, ist hier die Gefahr abgewendet, falsche Inhalte zu verbreiten. Gerade weil Kluge sich nicht vor dem Gespräch schon gründlich informiert hat, wird die Expertin als eine solche ausdrücklich in Anspruch genommen. Einen wissenden Gegenpart hat Kluge auch nötig, da seine assoziativen Verknüpfungen nicht nur oft Sinn stiften, sondern ebenfalls häufig dem Gegenstand der Unterhaltung unangemessen sind. Doch dieses Risiko, Fehler und Falsches zu produzieren, wird in den Sendungen Kluges bewusst zugelassen. Er bewahrt die Zuversicht, dass er sich intuitiv und selbständig den Gegenstand einer Auseinandersetzung aneignen kann.



*Dialog unter Anwesenden*<sup>41</sup>

In dieser Sendung – wie in den anderen auch – blicken die Zuschauenden zumeist auf den Gast. Sprenger schaut, wenn sie Kluge ansieht, halblinks an der Kamera vorbei. Beide haben Kopien des Materials vorliegen, über das sie sprechen. Manchmal ragen diese Blätter unten in das Bild hinein, sie werden aber nie in die Kamera gehalten, so dass die Zuschauenden in den Blick der beiden einbezogen würden. Der optische Eindruck des Gegenstandes wird über Standbilder, die als Hintergrundmontagen oder als Vollbild erscheinen, vermittelt. Dies geschieht meist nicht parallel zur Tonspur, d.h. die Einblendung erfolgt oft dann, wenn das Gespräch sich mit einem anderen als dem abgebildeten Gegenstand befasst.

An einer Stelle wird etwa ein Emblem, ein allegorisches Bild, mit dem Titel *»Ne faut légèrement rompre l'amitié sainte.«* besprochen, ohne dass es für die Zuschauenden sichtbar ist. Teil dieser Besprechung ist die genaue Beschreibung des Bildes. Sie ist der erste Schritt zu seiner Interpretation, in der Kluge und Sprenger immer wieder das Beschriebene im Hinblick auf die Frage deuten, was damit über Freundschaft und Liebe ausgesagt wird. So sind die Zuschauenden also zum einen darauf verwiesen, sich aufgrund der gelieferten Beschreibung selbst ein Bild zu machen, zum anderen aber lenkt sie das Gespräch weg von der Ästhetik des Emblems hin zu der mit ihm formulierten Idee.

Erst ca. drei Minuten nach der Interpretation des Emblems, als es um die romantische Abkehr von den zivilisierten Konzepten von Liebe und Freundschaft geht, zeigt ein Standbild einen Ausschnitt des Emblems und links daneben die deutsche Übersetzung seines Titels: *»Man darf nicht mit leichter Hand die Freundschaft zerschlagen.«* Da der Titel im Zuge der Interpretation genannt und übersetzt wurde, gelingt den Zuschauenden wohl die Zuordnung des Bildes zu dem vorher Ausgeführten.

Dagegen muss es als unwahrscheinlich gelten, die Zuschauenden bemerkten, dass das Emblem schon vor seiner Interpretation einmal kurz im Bild zu sehen war. Und zwar als Sprenger die bildliche Verknüpfung von Zeit und Gewicht an diesem und zwei weiteren Emblemen erläutert. In diesem Fall werden also – entgegen der oben aufgestellten These über die Nicht-Parallelität von Bild und Ton – die betreffenden Embleme dann eingeblendet, wenn das Gespräch über sie handelt. Anders als bei der Besprechung des Emblems über die Leichtfertigkeit interessieren sich Kluge und Sprenger hier nur am Rande für die Bedeutung des Emblems: Der Aufbau des Bildes, seine ästhetischen Merkmale stehen stattdessen im Vordergrund. Kluge beginnt die Beschreibung eines der Embleme, indem er sagt, Gott *»hält ein Gerät, mindestens so schwer wie ein Leuchter«*, und benennt dann, woraus sich dieser *»Leuchter«* zusammensetzt, d.h. er listet die Bildelemente von oben nach unten auf. Am Ende bekräftigt er seinen Eindruck: *»Und eigentlich ist es ja ein dekorativer Gegenstand wie ein Leuchter.«* Auch Sprenger stellt das Dekorative in den Mittelpunkt des Interesses, wenn sie das Emblem als eine vollkommene Abbildung für den *»Wunsch nach Symmetrie«* betrachtet.

Aus beiden Beispielen geht hervor, dass Kluge den Zuschauenden dann einen optischen Eindruck vermittelt, wenn es um ein Bild als Bild, d.h. um seine ästhetische Dimension geht; dass aber auf ein Bild verzichtet wird, wenn die optische Information zum Thema nichts Neues beitragen kann. Dann wird also auf die

Wirkung des Gesprächs vertraut, die Kamera jedenfalls richtet nicht für die Zuschauenden den Blick auf den thematisierten Gegenstand aus.

Sie zeigt die meiste Zeit Sprenger. Dadurch nehmen die Zuschauenden zu ihr eine räumliche Position ein, die der Kluges vergleichbar ist, auch wenn weder vorgetäuscht wird, die Zuschauenden seien der Gesprächspartner, wie es der Fall ist, wenn eine Person in die Kamera spricht, noch versucht wird, dieser Situation möglichst nah zu kommen, indem die Kamera unmittelbar über der Schulter des Interviewenden aufnimmt<sup>42</sup>. Verzichtet wird auf solche Einstellungen wohl deshalb, weil beide Arten, das Gespräch aufzuzeichnen, die Gesprächssituation selbst stark beeinträchtigen.

So wird filmisch umgesetzt, dass der Gast als Expertin für das Thema im wörtlichen Sinn Ansprechpartner Kluges ist. Während dieser seine Ideen und Assoziationen zum Thema einbringt, fängt die Kamera für die Zuschauenden auch die mimischen Reaktionen der Expertin ein, so dass diese, noch vor einer hörbaren Antwort, Hinweise darüber erhalten, was sie wohl über Kluges Äußerung denkt. So bleibt es – wie in einer *Face-to-Face*-Kommunikation – bspw. sichtbar, wenn das Gegenüber, hier also Frau Sprenger, signalisiert, dass es sich durch die Rede im eigenen Gedankengang unterbrochen fühlt, dass seine Irritation über einen Einwurf einer Ahnung weicht oder dass er weiterhin nicht nachvollziehbar ist. Auf diese Weise werden die Lernprozesse der Zuschauenden dadurch unterstützt, dass es ihnen möglich ist, die Einschätzung des Gesprächspartners zu antizipieren. Das Arrangement spiegelt auch die Erkenntnis wider, dass Wissen personengebunden ist: Lernen können nur Einzelne, aber nicht als isolierte Einzelne. Zugleich wird das Gebunden-sein des Wissens an eine Person nicht elitär zur Abgrenzung von solchen Personen genutzt, die über dieses Wissen nicht verfügen. Denn die mündliche Auseinandersetzung zeigt, wie sich ein (vielfältig vorgebildeter) Laie ein für ihn unbekanntes Thema erschließen kann. Insofern ist die Hoffnung begründet, dass auch die Zuschauenden durch dieses Gespräch lernen.

### *Einvernehmliche Unvereinbarkeit*

Sprenger erläutert als Kennerin der Landkarten der Gefühle deren Logik und sie hält das Unterfangen, etwa Liebe auf ihre Bestandteile hin zu untersuchen, auch für sinnvoll. So sei es den Franzosen im 17. Jahrhundert »noch ausgesprochen präsent [gewesen; d.V.], dass Freundschaft ein Teil der Liebe ist, und zwar ein nicht zu verachtender Teil«. Entgegen dieser aufgeklärten Sicht kapitulierten wir heute vor dem einen großen, unteilbaren Gefühl Liebe, haben uns ihrem »Absolutheitsanspruch [...] untertan gemacht«. Sprenger kritisiert das als wenig vernünftig: »Dieses eine große Wort Liebe zu haben, ist ja viel belastender, [...] als so eine *Carte de Tendre* zu haben.« Heute könne man sich dem lustvollen Spiel der Gefühle nicht mehr hingeben.

Kluge beschreibt die Schwierigkeit des Wortes Liebe anders: Es wirke »zunächst einmal« »sozusagen wie ein Holzhammer [...], weil es ja nicht sehr viel ausdrückt«. Es benenne das größte Gefühl, aber so undifferenziert, dass es einen zu erschlagen drohe. Ordnung in diese bedrohliche Irrationalität der Gefühle wollen die Landkarten bringen, indem sie Teile der Liebe zu unterscheiden und zudem Wege aufzuzeigen versuchen, wie man diese Teile am geschicktesten zusammensetzt. Diese kartographische Ordnung gelinge jedoch nur dadurch, dass der Gegenstand der Betrachtung

tung in methodische Bahnen gelenkt werde, die ihm äußerlich bleiben. Steckt in dem einen großen Wort Liebe die Vorstellung, »Liebe weniger fünf Pfennig« gebe es nicht, so glauben die französischen Kartenzeichnerinnen, mit den Teilen der Gefühle rational rechnen zu können und zu sollen. Darin zeigt sich ihr Glaube, Gefühle gehorchten einer Ökonomie, die sich durch Kalkulieren beherrschen lasse. Diese Entzauberung interpretiert Kluge als einen kaufmännischen Umgang mit dem eigenen Inneren: Der Einzelne werde zum »Unternehmer« seines Glücks (s.o.).

Trotz der Feststellung, die Karten versachlichten die Emotion, werden sie im Gespräch nicht als ideologisch verworfen. Ihr Mangel kommt aber zur Sprache, etwa wenn Kluge sagt, die *Carte du Royaume de Coquetterie*, auf der verschiedene mögliche Wege nach der Landung auf dieser königlichen Insel aufgezeichnet sind, sei »eigentlich wie ein Spiel, wie Monopoly, gebaut«. Die Karte breite wie ein Spielplan alle Möglichkeiten aus. Durch das Spielen selbst entsteht streng genommen nichts Neues, sondern es ergeben sich immer nur andere Kombinationen dessen, was vor Beginn schon als möglich antizipiert wurde. Die Übersicht, die der Plan über die Gefühlsteile der Liebe geben will, um sie durch rationale Entscheidung handhabbar zu machen, bedeutet – so lässt sich die Spielmetapher verstehen – immer schon eine Beschränkung auf das Alte: Es gibt kein Jenseits der Regeln. Der deterministische Plan hintertreibt damit die Vorstellung, dass durch Liebe etwas gänzlich anderes entstehe.

Ähnlich eröffnet Kluge mit einem Rekurs auf die Romantik ein Spannungsfeld, das die Zuschauenden auf die Schwäche der rationalistischen Liebesvorstellung hinweisen kann. Von den ausgeklügelten Vorstellungen über die Mechanismen der Liebe bleibe in der Romantik fast gar nichts übrig, denn die Romantik wolle nicht rechnen, so Sprenger. Kluge: »Man will auch nicht beherrschen.« Sprenger greift dies auf: »Man will beherrscht werden.« Wie Kluge den Fortschritt der Romantik formuliert, Gefühle nicht länger vorhersagen und planen zu wollen, so benennt Sprenger die Irrationalität dieses Fortschritts: Der unterwürfige, abhängige Mensch habe seinen Verstand verloren, denn er versuche gar nicht mehr, Herr seiner selbst zu sein. Sie trifft damit den kritischen Punkt der Romantik, bleibt aber zugleich dem rationalistischen Standpunkt verbunden, d.h. sie bewertet die romantische Errungenschaft, nicht mehr kalkulierend die Emotionen zuzurichten, negativ. Das erklärt auch, wieso ihr die Landkarten der Gefühle »sehr reizvolle« Beschreibungen und Zeugnis höchster, »mitnichten dekadent[er]« Zivilisation sind.

Diese Differenz zwischen Kluge, der die zurechtende Funktion der Zivilisierung stärker betont, und seinem Gast wird nicht streitlustig thematisiert. Dabei steht die Unvereinbarkeit der vertretenen Positionen mit der zugewandten Art, in der die beiden Personen miteinander sprechen, in einer Spannung. Sprenger, die die rationalistische Liebesvorstellung hochzuhalten scheint, gelingt es leicht, Kluge für den Gegenstand zu affizieren: In der Faszination für dieses Thema einig, bleiben sie in der Beurteilung der Sache getrennt. Ein solch einträchtiger Verlauf ist für die Gespräche Kluges typisch. Hörbar wird der Wille zur Verständigung nach beinahe jedem Satz Kluges, wenn er sich nämlich mit dem angehängten, fragenden »ja?!« des Verstehens und auch der Zustimmung seines Gegenübers versichern möchte.<sup>41</sup>

Gänzlich ausgeblendet wird die Spannung dennoch nicht: Vielmehr lässt sich bezogen auf die hier analysierte Sendung sagen, dass sie das Gespräch bis zum Ende

weiterträgt. Kluge schafft immer wieder Anlässe dafür, die unterschiedlichen Einschätzungen an weiteren Aspekten des Themas zu prüfen. So zielt seine letzte Frage auf die vor Leidenschaft verrückte Liebe: Ob diese so ausweglos sei, wie die Sackgassen, die auf der Insel des Königreiches der Koketterie Orientierungslosigkeit und Handlungsunfähigkeit darstellen? Nein, sagt Sprenger, aber die *amour fou* sei auch keine Erfindung des 17./18., sondern eine des 19. Jahrhunderts. Gegen diese Rede, die das Problem in der historischen Abfolge auflöst, strebt Kluge mit seinen Fragen und Vergleichen eine Perspektive auf die Dynamik der Veränderungen an. Er interessiert sich für die Widersprüche und Verbindungslinien zwischen den Jahrhunderten, d.h. er sucht nach Vorformen heutiger Phänomene, ohne in einem historisch strengen Sinn zur Erklärung geschichtlicher Ereignisse nach jeweils früheren zu suchen, die als Ursache für jene angenommen werden können. Die Romantik wird nicht deshalb Thema, weil sie historisch auf den Rationalismus folgte, sondern weil sie mit den Idealen der Authentizität und Spontanität eine Antwort auf ihn darstellt, die die Liebesvorstellung weiterhin beeinflusst.

Diese Ideale werden aber von Kluge – wie schon die rationalistischen – nicht als die wahre Vorstellung von Liebe aufgefasst. Er hält der romantischen Überbewertung der Spontanität die Wichtigkeit von Zuverlässigkeit und Konstanz entgegen, wofür auch das besprochene Emblem über die Leichtfertigkeit wirbt. Dazu führt er ein Beispiel aus der Opernwelt an, die ihm als Vorrat an Geschichten über Gefühl gilt: Constanze aus Mozarts »Entführung aus dem Serail«. Dass man bei derjenigen Person bleibe, mit der man sich verbunden habe, gehöre zu Liebe und Freundschaft dazu – und dies nicht im Sinn der Forderung nach (ehelicher) Treue, sondern weil ohne diese Beständigkeit das Gefühl nicht gelebt werden könne, die Fixierung auf Spontanität der Verwirklichung des Gefühls keine Zeit lasse. Nach diesem Beispiel werden nacheinander sieben Texttafeln gezeigt, auf deren schwarzem Grund in unterschiedlicher Typographie und Farbe zu lesen ist: »[...] Constanze / Nur der liebt, / der die Kraft hat, / an der Liebe festzuhalten. / [...] Es ist die Probe aufs Gefühl, / ob es übers Gefühl hinausgeht / durch Dauer, / wäre es auch selbst als Obsession. / Theodor W. Adorno Minima Moralia, S. 226«.44 Kluge zitiert damit einen Text, der sich gegen die Rationalisierung wie gegen die Ideologie der Unmittelbarkeit richtet.

### *Vermittelnde Spiegel*

Als Titel der Sendung fungiert die Übersetzung eines französischen Satzes, der ein Emblem aus dem 17. Jahrhundert benennt, »*En me regardant tu te vois*«:

WENN DU MICH  
ANSIEHST,  
ERBLICKST DU  
DICH SELBST/  
Landkarten der Gefühle  
zu Beginn der Aufklärung

Interpretiert man diese Spiegelmetapher im Sinn der französischen Rationalisten, so besagt sie, dass sich das Subjekt in seiner Sehnsucht nach dem anderen Menschen seine eigenen Wünsche entschlüsselt.

Sie trifft damit aber nicht nur die Bestrebungen, die sich auch in den erstellten Karten niederschlagen, sondern fasst auch das »didaktische Prinzip« der Sendung selbst. Kluge eignet sich den Gegenstand im Gespräch mit der Expertin an. Das Magazin dient den Zuschauenden als der Spiegel, durch den sie sich auch den Gegenstand aneignen können. Folgen sie Kluges Assoziationen und den Antworten der Expertin, so können sie – u.U. auch dadurch, dass ihnen eine Frage Kluges nicht nachvollziehbar, vielleicht gar störend erscheint – ihren eigenen Zugang zum Gegenstand erkennen und prüfen. Die Sendung ist gerade nicht so konzipiert, als sei den Zuschauenden die Mühe der Aneignung abzunehmen, wie man es sich etwa als das Bemühen vorstellen kann, ein fertiges Ergebnis möglichst anschaulich zu präsentieren. Sie verwehrt den Zuschauenden aber auch nicht mögliche Hilfen, wie diejenige, die in der Mimik der befragten Person liegt.

Gleichzeitig stellt der Blick, der auf die Landkarten der Gefühle und damit auf Zeugnisse aus dem 17. Jahrhundert geworfen wird, ebenfalls ein Spiegeln her. Die Zuschauenden können sich Kluges Suche nach den Vorformen heutiger Phänomene anschließen, weil es in der Sendung nicht um einen historischen Gegenstand an sich geht, sondern um ihn in seiner Aussagekraft für heute. Das wird optisch angedeutet zu Beginn des Magazins, wenn im Hintergrund des Schriftbandes ein Studio zu sehen ist, in dem auf einem Monitor (?) ein Ausschnitt einer Landkarte der Gefühle wiedergegeben wird. Eine Einstellung, die beide zeitlichen Pole sowie die Blickrichtung aufzeigt. Mit dem Blick auf das Videobild des Monitors können die Zuschauenden den auf die heutige Zeit schärfen. Zum einen sehen sie so die Differenz zwischen dem heutigen Ideal, wie es »das eine, große Wort« Liebe enthält, und dem kalkulierenden Interesse, mit dem damals versucht wurde, die Gefühle in den Griff zu bekommen. Zum anderen kann so kenntlich werden, dass auch in unserer Gesellschaft, entgegen dem Ideal, vielfach versucht wird, Liebe zu rationalisieren.

#### IV FAZIT

Mit seinen Fernsehgesprächen gelingt es Kluge augenscheinlich, Sendungen jenseits des eingangs beschriebenen Programmcharakters der üblichen Fernsehkommunikation zu produzieren. Indem auf bestimmte, heteronome Formelemente verzichtet wird, kann der thematisierte Gegenstand hervortreten. Diese sachliche Ausrichtung der Magazine stellt für diejenigen Fernsehenden ein Angebot dar, die das Medium nicht bloß zur Entspannung nutzen oder im Hintergrund rauschen lassen. Dass es letztlich eines Zuschauers bedarf, der willens ist, bestimmte Sendungen für seine Auseinandersetzung mit theoriehaltigen Gegenständen wahrzunehmen, ist so unerlässlich wie banal.

Neben dieser Bedingung gibt es weitere, ohne die Kluges Konzept nicht aufgehen kann. An der analysierten Sendung fällt auf, wie gut Frau Sprenger mit der

Gesprächsführung Kluges zurechtkommt. Man ahnt, dass solche Gespräche scheitern müssen, wenn der Gast sich weniger auf die Fragen, die Interessen und Deutungen Kluges einlässt. Sodann dürfen die Themen der Sendungen nicht so irritierend erscheinen, dass die Fernsehenden zu ihnen keinen Bezug herstellen können, dass sich ihnen kein Anschluss an ihre Erfahrungen eröffnet. Beim Thema »Gefühle« scheint dieser Anschluss vergleichsweise leicht zu gelingen. Ohne ihn würden die Zuschauenden – so die Vermutung – zu einer bloß ästhetischen Haltung veranlasst, d.h. zu einer Rezeption, die das Gesendete nicht sachlich, sondern allein als interessant oder uninteressant, als schön oder langweilig beurteilt.<sup>45</sup>

Eine weitere und wohl die wichtigste Bedingung resultiert aus Kluges Strategie, in den Sendungen seine eigene Aneignung eines Themas zu zeigen. Dies erweist sich als adäquate Reaktion auf die fehlende Reziprozität des Mediums: Den Umstand, dass die Zuschauenden aufgrund der technischen Bedingungen nicht selbst die Gesprächspartner Kluges fragen können, wäre durch eine Orientierung an einem imaginierten Zuschauer und dessen vermuteten Interessen nicht wettzumachen. Offensiv fordert Kluge daher einen Vertrauensvorschuss ein: Die Zuschauenden müssen sich auf ein noch wenig greifbares Thema und eine Vermittlungsweise einlassen, deren Zentrum Kluges eigener Aneignungsprozess bildet. Indem dieser Prozess gezeigt wird, bleibt für die Zuschauenden sichtbar, was sonst gerne verdeckt wird, dass nämlich jede Medialisierung eines Themas nicht »die Sache selbst«, sondern eine bestimmte vermittelte Form der Sache publik macht. In diesem Sinn sind die Gesprächssendungen Kluges also authentisch. Sie setzen damit gleichzeitig Zusehende voraus, die sich auf Kluge als »Quelle« einlassen, ihn stellvertretend für sich fragen lassen, d.h. *seine* Thesen und Deutungen auf ihren Wahrheitsgehalt untersuchen.

Diese Lesart steht im Widerspruch zu der vieler Kritiker Kluges. Moniert wird vielfach, dass Kluge, indem er seine Herangehensweise an ein Thema für sende- und vertrauenswürdig halte, das Gespräch dominiere.<sup>46</sup> So gilt Werner Barg gerade die Tatsache, dass sich Kluge in einer bestimmten Weise für ein Thema interessiert und im Gespräch versucht, sich dieses Thema selbst zu erschließen, als Indiz dafür, dass Kluge sich lediglich selbst produzieren will: Statt neugierig »auf den Interviewpartner und dessen Thema« zu sein, degradiere er diesen »zu einem Stichwortgeber«, um seine eigene »Interpretation des Themas aus dem Off präsentieren« zu können. »Im Grunde könnte der Autor [Kluge; d.V.] auch einen Monolog führen: denn er hat sich ja bereits vorab ein festes, ganz bestimmtes [...] Bild von dem Gegenstand, über den geredet wird, gemacht.«<sup>47</sup> Barg sorgt sich also hauptsächlich deshalb, weil den Interviewpartnern nicht höflich genug begegnet und ihnen zu wenig Raum für ihre eigenen Thesen gelassen werde – er interessiert sich damit bloß für die Beziehungsebene und nicht für die Frage der Vermittlung des Themas.

Seine Kritik lässt sich bezogen auf die Sachebene so reformulieren: Zwar kann jede Auseinandersetzung mit etwas Neuem nur geleitet von Interesse und Vorwissen geschehen, dennoch lässt sich das Suchen nach Anschlüssen des Neuen an schon Bekanntes von solchen Formen der Aneignung unterscheiden, mit denen versucht wird, das Neue als das Andere möglichst distanziert zu betrachten. Diese unterschiedlichen Aneignungsmethoden sagen noch nichts über die Richtigkeit des Ergebnisses

der Aneignung aus. Jedoch erscheint durch Kluges sehr schnelles Produzieren von Interpretationen die Gefahr recht groß, dass er das Material bloß unter schon Bekanntes subsumiert, ohne dabei zu bemerken, dass sein Vorverständnis am Kern der Sache vorbeigeht. In diesem Fall hilft die »Ehrlichkeit«, mit der Kluge das Vermittelte als Vermitteltes transparent macht, nichts. Denn für die Rezipierenden lässt sich – zumindest bei bloß einmaligem Sehen – oft schlecht feststellen, ob eine Interpretation des Gegenstandes durch Kluge und seinen Gast stimmig ist oder nicht – und das deshalb, weil Kluge ständig neue Hypothesen produziert: Kluges Assoziationen treiben als weitere Annäherungsversuche an das Thema zwar die Gespräche an – und sind deshalb unverzichtbar; zu wenig wird aber reflektiert, ob die Assoziationen auch in die richtige Richtung gehen.

Ein weiterer Grund für die mangelnde Prüfung der aufgestellten Thesen liegt offensichtlich in Kluges Versuch, mit den Gästen zu harmonisieren. Er möchte sie zum Sprechen bringen zu den Interessen, die er dem Thema entgegenbringt. Dabei – so scheint es – vertraut er darauf, dass er selbst und auch die Zuschauenden sich im Zweifelsfall eben auch in Abgrenzung zu dem, was der Experte sagt, das entsprechende Bild machen. Dies kann gelingen, wenn – wie an der untersuchten Sendung exemplarisch aufgezeigt wurde – die Nichtübereinstimmung der Gesprächspartner, ohne als Kontroverse ausgetragen zu werden, den Verlauf der Erörterung prägt. Es besteht dann aber immer noch die Gefahr, dass falsche Ergebnisse des Klugeschen Vorpreschens unwidersprochen und so gleich Resultaten im Raum stehen bleiben.

Beachtet man, dass die Sendezeit jeweils nur Platz für einen begrenzten Einblick in ein Thema gewährt, so liegt die Vermutung nahe, dass Kluge diese Zeit zur Sammlung von Thesen nutzen will, über die er und die Zuschauenden nach dem Ende der Sendung weiter nachdenken sollen. So wie die Gespräche, die ja im Off zur Einblendung der Schlusstitel weiterlaufen, am Ende der Sendezeit nicht abgeschlossen sind, so soll auch für die Zuschauenden die Auseinandersetzung nicht mit dem Ende des Magazins aufhören. Anderenfalls behalten sie leicht ein schiefes Bild zurück.

Hier zeigt sich, dass Kluges »didaktisches« Vorgehen, seinen eigenen Aneignungsprozess zu vermitteln, systematisch ungesichert bleibt. Die Spiegelmetapher, die sich als Sinnbild dieser Strategie eignet, verdeutlicht auch diesen Aspekt. Denn gegen die rationalistische Hoffnung, der Blick auf die andere Person kläre über die eigene auf, kann das Spiegeln auch kritisch gedeutet werden: Jeder sieht nur sich selbst und beide bleiben für sich. Übertragen auf die Vermittlungssituation bedeutet dies die Gefahr, dass die Auseinandersetzung von Sprenger und Kluge von den Zuschauenden nur im Sinne einer Bestätigung ihrer Überzeugungen wahrgenommen wird. Ein Interesse daran, eine neue Sache zu denken, besteht dann nicht. Und so ist zu vermuten, dass die offen bleibenden Fragen gar nicht als Problem erkannt werden.

Wegen dieser vielfältigen Unsicherheiten und Ambivalenzen der Gesprächssendungen Kluges sind »systematische Informationsvermittlung oder geordnete, didaktisierte Lernprozesse [...] nicht zu erwarten«,<sup>48</sup> wie Matthias Uecker kritisiert. Zugleich unterstellt er damit, Fernsehen könne dies leisten. Mit den Begriffen Information und Ordnung klagt er die gesicherte Übermittlung gesicherter Daten ein, die Kluges Sendungen gar nicht leisten wollen. Offenbar ist es für Uecker evident, dass es eine Ordnung der

Lernprozesse gibt und dass es möglich ist, diesen geordneten Ablauf durch didaktische Maßnahmen in Gang zu setzen. Nicht nur die Eingleisigkeit der Kommunikation des Fernsehens, wegen der der pädagogische Anspruch auf Individualisierung des Lernens scheitern muss, sondern vor allem die Tatsache, dass die Pädagogik darüber, wie Lernen und Bildung tatsächlich funktionieren, kaum genaue, handlungsanleitende Angaben machen kann, lässt an dieser Überzeugung zweifeln. Diese Skepsis gegen die Phantasie, Lernprozesse steuern zu können, teilt Kluge offensichtlich, denn in seinen Kulturmagazinen verweigert er, das Wissen für die Zuschauenden herzurichten. Dass stattdessen er selbst in seiner Auseinandersetzung mit der Sache zu beobachten ist, verdeutlicht, was von Lehrenden gefordert ist, die didaktisches Zurichten vermeiden wollen: Sie bedürfen des skeptischen Optimismus, sich selbst im Prozess der Vermittlung den Gegenstand aneignen zu können.

## ANMERKUNGEN

- 1 Th. W. Adorno: Résumé über Kulturindustrie. In: Ders.: *Gesammelte Schriften*. Band 10.1, Frankfurt am Main 1977, S. 337-345, hier S. 345.
- 2 A. Kluge: Die Macht der Bewußtseinsindustrie und das Schicksal unserer Öffentlichkeit. In: K. von Bismarck/G. Gaus/A. Kluge/F. Sieger: *Industrialisierung des Bewußtseins. Eine kritische Auseinandersetzung mit den »neuen« Medien*. München 1985, S. 51-129, hier S. 122. – Im Weiteren zitiert als »MB«.
- 3 MB, S. 70.
- 4 A. Kluge: Medienproduktion. In: H. Hoffmann (Hg.): *Perspektiven der kommunalen Kulturpolitik. Beschreibungen und Entwürfe*. Frankfurt am Main 1974, S. 326-337, hier S. 328.
- 5 MB, S. 59.
- 6 O. Negt/A. Kluge: *Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit*. Frankfurt am Main 1972, S. 181. Im Original kursiv. – Im Weiteren zitiert als »ÖE«.
- 7 Vgl. ÖE, S. 202-207.
- 8 Vgl. MB, S. 113.
- 9 MB, S. 119.
- 10 Vgl. MB, S. 97.
- 11 MB, S. 97.
- 12 MB, S. 87.
- 13 MB, S. 74. Kluges Sprache ist oft ironisch. Deshalb unterstellt er hier wohl auch nicht zuviel, nämlich: dass uns außerhalb des Fernsehens ein nicht programmformiger, also allseitiger Zugang zur Welt gelänge.
- 14 MB, S. 74. Als Beispiel nennt Kluge die Talkshow »Österreich-Club II«.
- 15 Alexander Kluge auf der Web-Site seiner dctp-Kulturmagazine (<http://www.dctp.de/Kultur-sendungen.html>; Datum der Recherche: 23.03.2000).
- 16 Ebd.
- 17 Vgl. dazu: M. Uecker: *Anti-Fernsehen? Alexander Kluges Fernsehproduktionen*. Marburg 2000, S. 58.
- 18 In den ersten Sendungen des Magazins »10 vor 11« geschah dies durch eine Ansagerin. Es handelte sich um Sabina Trooger, die auch im vorletzten Kinofilm Kluges eine Ansagerin spielte. In beiden Fällen wird ihre Funktion ironisiert. In *Vermischte Nachrichten* (1986) wird Troogers Rolle dadurch gebrochen, dass sie am Anfang und am Ende des Films als Privatperson erscheint, und dadurch, dass sie in einer ihrer Ansagen den nivellierenden Zugriff des Fernsehens, der aus Ereignissen Nachrichten macht, kritisiert. Über ihren Einsatz in den Magazin-Sendungen berichtet Christian Schulte, dass sie dort etwa mit Nummern die einzelnen Programnteile ankündige. Diese ordnungstiftende Funktion werde aber dadurch konterkariert, dass die Chronologie der Sendung immer wieder Nummern überspringe. (Vgl.: Ch. Schulte: *Die Rennstrecke der Hoffnung*. Alexander Kluges Kulturmagazine. In: *Medienwissenschaft*. Heft 1, 1999, S. 8-21, bes. S. 10f.) – Indiz für die Ironie sind zudem die bombastischen Ohringe, mit denen Frau Trooger in der Rolle der Ansagerin der 80er-Jahre-Fernsehästhetik entspricht, für die sie



- »privat« offensichtlich keine Vorliebe hegt.
- 19 Der Fragende ist auch dann, wenn es sich nicht um Günter Gaus in seiner Sendung »Zur Person« handelt, die regelmäßig auf dem Sendeplatz von »News & Stories« ausgestrahlt wird, manchmal nicht Kluge. Es gibt Gesprächssendungen, die der Form nach denen Kluges ähneln, aber von anderen Personen geführt werden. Mein Interesse richtet sich hier allein auf die Gespräche Kluges.
  - 20 Für die Anfangsphase trifft das nur eingeschränkt zu, da RTL damals Kluges Magazine ankündigte mit den Worten: »Exklusiv bei RTL: Alexander Kluges Sendung: Werden Sie klüger mit Kluge.« Damit wird der Autor nicht nur gegen seinen offensichtlichen Willen benannt, sondern in der Form des Wortspiels zudem die »Aggression« gegen den Geist ausgesprochen. (A. Deuber-Mankowsky/G. Schiesser: Die Echtzeit der Gefühle. Gespräch mit Alexander Kluge. In: Ch. Schulte (Hg.): *Die Schrift an der Wand. Alexander Kluge: Rohstoffe und Materialien*. Osnabrück 2000, S. 361-369, hier S. 365; zuerst in: *Die Wochenzeitung*. Nr. 1/2, 1994.)
  - 21 Z.B.: »QRT oder Markus Konradin Leiner (1965–1996), der sich KURT nannte, hinterließ mehrere 1000 Seiten z.T. genialer Texte / Einer davon heißt SCHLACHTFELDER DER ELEKTRONISCHEN WÜSTE / Es geht um Schwarzkopf und Schwarzenegger, 2 HELDEN IM MEDIENKRIEG / Herausgeber Tom Lamberty berichtet – « (Schriftband zur »10 vor 11«-Folge »BEFEHL AUS DEM HADES / Was ist der Unterschied zwischen Schwarzkopf & Schwarzenegger«, gesendet am 8.2.2000 auf SAT.1).
  - 22 Vgl. zur Kommentarlastigkeit und zur Beschränkung der Bilder auf Illustrationscharakter: A. Keppler: Konventionen der Weltwahrnehmung. Thesen zur Dramaturgie des Magazinfilms im Fernsehen. In: H. Kreuzer und H. Schumacher (Hg.): *Magazine audiovisuell. Politische und Kulturmagazine im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin 1988, S. 111–128.
  - 23 So beschreibt etwa Helmut Thoma das Selbstverständnis des neu gegründeten Senders RTL plus: »Bunte Bilder wollten wir liefern, denn auf dem Schirm sollte einfach immer etwas stattfinden.« (Analog, digital oder per Post – Die Zukunft des Fernsehens liegt im Programm. In: *Televisionen*. Hg. von S. Münker und A. Roesler. Frankfurt am Main 1999, S. 171–182, hier S. 173.)
  - 24 Es gilt daher, den Angaben in der Literatur über Kluge Glauben zu schenken. So heißt es bei Rainer Stollmann, Kluge brauche als Ort seiner Gespräche lediglich ein »Wohnzimmer, ein Arbeitszimmer oder eine Küche« (*Alexander Kluge zur Einführung*. Hamburg 1998. S. 87.). Und bei Christian Schulte, es handle »sich dabei um die private Arbeitsatmosphäre von Kluges Münchener Wohnung« (»... ein Gegenbild, das mehr ist als ein Spiegel«. Überlegungen zu den Fernsehgesprächen Alexander Kluges. In: *Augen-Blick*. Heft 23, 1996, S. 75–96, hier S. 77.). Und auch Werner Barg meint: »Der beliebteste Gesprächsort ist sein Büro in der Münchener Elisabethstraße.« (Ein Dokumentarist des Protestes. Beobachtungen zu seinen Essay-Filmen und Fernsehmagazinen. In: M. Hattendorf (Hg.): *Perspektiven des Dokumentarfilms*. München 1995. (Diskurs Film; Bd. 7) S. 111–126, hier S. 123.) – Darüber hinaus scheint Peter Buchka in seinem Film *Einen Ausweg muss es geben: Die filmische Welt des Alexander Kluge* (1989) mit Kluge genau in den Räumen zu sprechen, die auch als Drehorte für Kluges Sendungen dienen.
  - 25 Es soll nicht geleugnet werden, dass man mit vielen Personen nur dann Gelegenheit hat zu sprechen, wenn man Kluge o.ä. heißt. In Abgrenzung zur Selbstinszenierung ist hier aber entscheidend, dass die Form, in der Kluge mit seinen Gästen spricht, für jeden anderen auch möglich wäre. Denn weder bedient er die Rolle eines Talkmasters noch spricht er als »der berühmte Autorenfilmer ...«.
  - 26 Das Gespräch bewegte sich in diesem Fall an der Kluge so interessierenden Grenze zwischen mörderischem Abstraktionsprinzip und der Logik der lebendigen Arbeitskraft. Vgl.: O. Negt/A. Kluge: *Geschichte und Eigensinn*. Frankfurt am Main 1981.
  - 27 Vgl. dazu die Titel-Listen der Kulturmagazine Kluges von 1988 bis 1999 in: Ch. Schulte (Hg.): *Die Schrift an der Wand*, S. 401–439.
  - 28 So der Titel der am 30.05.1999 auf SAT.1 gesendeten »News & Stories«-Folge.
  - 29 Christian Schulte erscheinen die Vor- und Abspänne der Klugeschen Magazine als »Verrätselung« und damit als das Überführen von etwas Klarem in etwas Unklares. Beim Dekodieren des Lauftextes passiert den Zuschauenden das aber gerade nicht, denn sie starten ja nicht mit dem Wissen um das, was in der Sendung zur Sprache kommen wird. Weil die Formulierung Schultes das Missverständnis hervorruft, Kluge verwirre die Zuschauenden unnötig, ist eine genaue Kennzeichnung hier wichtig: Die Schriftbänder sind rätselhaft. (Ch. Schulte: Die Rennstrecke der Hoffnung, S. 12)
  - 30 Eine differenzierte Beschreibung der ökonomischen und politischen Situation im Frankreich des 17. Jahrhunderts, auf deren Grundlage dann über den Stand der Verbürgerlichung und die Bedeutung des kapitalistischen Wirtschaftsprinzips zu entscheiden wäre, kann hier nicht geleistet werden.
  - 31 Vgl. dazu: R. Büff: *Ruelle und Realität. Präzise Liebes- und Ehekonzeptionen und ihre Hintergründe*. Heidelberg 1979, bes. S. 13–180.

- 32 Ebd., S. 160.
- 33 Ebd., S. 172. Im Original »nie zum Ziel« gesperrt.
- 34 Die *Carte de Tendre* befindet sich im ersten Band von Mlle de Scudérys Roman »Clélie«; abgebildet etwa im Reprint der Pariser Ausgabe von 1660: Genf 1973, Bd. 1, S. 399.
- 35 Vgl.: G. Wöhe: *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. 16. überarb. Auflage, München 1986, S. 67.
- 36 Etwa wenn er fragt: »Und Marivaux ist wer?«, »*Courte monnaie*, was ist das?«, »Was heißt z. B. »hässliche Liebe«?«, »Was heißt eigentlich *Port Royal*?«, »Ist da Pascal auch?«.
- 37 Etwa: »Wenn man jetzt das Wort Liebe nimmt, ja, dann gibt es ja die himmlische Liebe. Kann man die *amour* nennen? Nein.«; »[...]wie kann man das ausdrücken? Also man kann es durch das Wort alleine noch nicht machen.«
- 38 Bspw.: »Das, sagen wir mal, so fährt man zur Hochzeit.«, »Liebe weniger fünf Pfennig geht ja nicht.«
- 39 Sprenger belehrt Kluge an anderer Stelle, obwohl sie einen Fehler nicht korrigiert: Eine bestimmte Form der Liebe hätten die französischen Rationalisten als *amitié* bezeichnet. Kluge übersetzt dies nun mit »Liebenswürdigkeit«, während Sprenger fortfährt: »Etwas, was heute undenkbar ist –« Nachdem Kluge falsch übersetzt hat, verwendet Sprenger in ihrer Ausführung zweimal das richtige Wort und nimmt so den Fehler zurück: » – oder was heute in die Richtung Freundschaft geht, war damals noch ausgesprochen präsent, dass Freundschaft ein Teil der Liebe ist [...]«.«
- 40 Die Darstellung stützt sich auf ein Interview mit Bublath in der Hörfunksendung »Corso« (Deutschlandfunk, 15.02.2000). Dort sprach er über die ZDF-Sendungen »Abenteuer Forschung« und »Knoff-Hoff-Show«.
- 41 Was Kluge am Kino schätzt, ist dessen Öffentlichkeit unter Anwesenden. (Vgl.: M. Dost/F. Hopf/A. Kluge: *Filmwirtschaft in der BRD und in Europa. Götterdämmerung auf Raten*. München 1973, S. 85.)
- 42 Nicht nachvollziehbar ist daher Werner Bargs Urteil, u.a. »die Autorität des Kameraobjektivs oberhalb seiner [Kluges; d.V.] Schulter helfe[.] ihm dabei, das Gespräch absolut zu beherrschen.« (Ein Dokumentarist des Protestes, S. 126)
- 43 Für Christian Schulte ist oft »nicht auszumachen, ob es [Kluges »ja?!«; d.V.] das Gesagte suggestiv verstärken, eine einfache Aussage doch noch in eine Frage umwenden oder, um den Redefluß nicht abubrechen, einfach Zeit gewinnen will.« Die letzte Vermutung stützte meine These, dass Kluge Zeit schaffen will für das Verständigen mit seinem Gesprächspartner. Schulte jedoch entscheidet sich für den zweiten Verdacht: Das »ruckartige, relativistische Sprechen« Kluges erwecke den Eindruck, dass es »feste Bedeutungen annulliert«. (»... ein Gegenbild, das mehr ist als ein Spiegel«, S. 85.) Für die Gültigkeit dieses Eindrucks finden sich jedoch in der hier besprochenen Sendung keine Hinweise.
- 44 Der Text ist so über die einzelnen Schrifttafeln verteilt, dass die Schrägstriche – mit Ausnahme des ersten und des letzten – den Übergang zu einer neuen Tafel ankündigen. Die eckigen Klammern zeigen hier nicht meine Auslassung an, sondern sind zitiert.
- 45 Als verwirrend und kurios, also allein negativ zum bekannten Fernsehprogramm, können vor allem die reinen Montagemagazine Kluges erscheinen, die auf Gesprächssequenzen verzichten und einen Mix aus diversem Bildmaterial mit verschiedenen Musiken etc. darbieten. Ursache dafür ist in dem Fall jedoch nicht der jeweilige Inhalt, sondern ihre Machart. Weil diese so verschieden von denen gewöhnlicher informativer Magazinsendungen ist, verlangen diese Magazine von den Zuschauenden entsprechend andere Fähigkeiten beim Lesen der Bild- und Tonfolgen. Daher ist es leicht denkbar, dass es den Zuschauenden nicht gelingt, den Montagen, Bildern, Tönen eine bestimmte Bedeutung zuzuschreiben, und sie stattdessen zu jener bloß ästhetischen Haltung veranlasst werden.
- 46 Vgl.: M. Uecker: *Anti-Fernsehen?*, S. 109.
- 47 W. Barg: Ein Dokumentarist des Protestes, S. 126.
- 48 M. Uecker: *Anti-Fernsehen?*, S. 119.